

DOI: 10.31866/2616-7603.3.1.2020.207516

УДК 338.48:004

ОСНОВНІ СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ

Євген Козловський*Кандидат наук з державного управління, доцент;**ORCID: 0000-0002-0878-6170; e-mail: ek2002@bigmir.net**Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна*

Анотація

У статті наведено характеристику основних видів інформаційних систем і технологій, що використовуються в процесі туристичної діяльності, зокрема спеціалізованих програмних продуктів, глобальних комп'ютерних мереж, інформаційних технологій бронювання та резервування, інтегрованих комунікаційних мереж, систем мультимедіа, інформаційних систем менеджменту, технологій просування туристичних продуктів і послуг. Зазначено, що сучасний туристичний бізнес є не лише одним з найбільш динамічних, він надзвичайно насичений різноманітною інформацією. Усі досягнення та здобутки в цій галузі економіки безпосередньо залежать від швидкості обміну інформацією, її актуальності, своєчасності отримання, адекватності та повноти. Тому активне використання інформаційних систем і технологій на туристичних підприємствах може значно збільшити попит на запропоновані продукти, наростити клієнтську базу та підвищити конкурентоспроможність.

Ключові слова: туризм; менеджмент; автоматизація; інформаційні технології; інформаційні системи; туристичний продукт

128

Вступ

Сфера туризму є однією з найбільш розвинутих галузей економіки. Величезний масив різноманітної інформації, її збирання, відбір, зберігання, обробка та передавання є ключовим чинником розвитку будь-якого туристичного підприємства. Саме тому всі досягнення та звершення в сучасній туристичній діяльності цілковито пов'язані з використанням новітніх інформаційних систем і технологій під час створення, пропозиції та просування туристичного продукту. Наразі якраз ці технології є одним з вирішальних чинників підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери туризму в нашій країні та за кордоном.

Інформація є сполучною ланкою, яка утримує різних виробників у межах туристичної галузі. Саме інформаційні потоки, а не будь-які речові товари можуть

забезпечити зв'язок між виробниками туристичних послуг. Вони реалізуються не тільки у вигляді потоків різних даних, а й також у формі багатьох послуг і платежів. Такі послуги, як, наприклад, ночівля в готелі, оренда транспортного засобу, комплексні туристичні поїздки та місця в літаках, не надсилаються туристичним агентам, які у свою чергу не зберігають їх до безпосереднього моменту продажу споживачам. Використовується та передається інформація про наявність, вартість і якість цих послуг.

Мета статті полягає у визначенні основних видів інформаційних систем і технологій, які використовують у процесі туристичної діяльності та виявленні їхнього впливу на успішне функціонування та розвиток туристичного підприємства.

Постановка проблеми

Вивчення інформаційних систем і технологій у туризмі є невід'ємною частиною підготовки висококваліфікованих фахівців, залучених до цієї сфери діяльності. Знання сучасних комп'ютерних технологій, а також наявність навичок їх використання та застосування є однією з головних ознак висококваліфікованого фахівця. Активне використання інформаційних систем і технологій на підприємствах туристичної сфери може значно підвищити попит на запропонований продукт, тому такі технології є показником ефективної роботи підприємства.

Правильно використовуючи переваги сучасних інформаційних систем і технологій, будь-яке туристичне підприємство буде впевнено й успішно працювати сьогодні, поступово рухаючись уперед, закладаючи водночас фундамент свого завтрашнього процвітання. Організований менеджмент, кваліфікований персонал і автоматизація – це основні чинники, які дають шанс обійти конкурентів та забезпечити будь-якому туристичному підприємству процвітання й успіх.

129

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Наукові дослідження щодо визначення основних сфер використання інформаційних систем і технологій у сучасному туристичному бізнесі здійснювали такі українські й іноземні вчені, як В. Бочарніков, О. Іванова, В. Гуляєв, М. Жукова, І. Зорін, І. Калашников, В. Квартальнов, Р. Кожухівська, С. Мельниченко, Ю. Миронов, Г. Михайліченко, М. Морозов, Н. Морозова, Н. Плотнікова, М. Робсон, О. Тоффлер, М. Скопень, Ф. Уллах, М. Хайдеггер, А. Чудновський та інші. Враховуючи швидкий розвиток і динамізм інформаційних технологій, невизначеність ступеня їхнього впливу на ефективність провадження туристичної діяльності, актуальним є здійснення постійних досліджень у цьому напрямі.

Виклад основного матеріалу

Зараз складно уявити хоча б одну сферу діяльності людини, в якій не використовують інформаційні системи і технології. Вони дають змогу застосовувати широкий спектр можливостей для обробки та подання інформації, і сфера туризму тут не є винятком. Річ у тім, що туристичний бізнес є не лише одним з найбільш

динамічних, він також надзвичайно насичений різноманітною інформацією. На нашу думку, усі звершення та здобутки в цій галузі економіки безпосередньо залежать від швидкості обміну інформацією, її актуальності, своєчасності отримання, адекватності та повноти.

Процес обміну інформацією у сфері туризму безпосередньо пов'язаний з основними функціями туристичного підприємства:

- туроператор – проводить збирання необхідної інформації з метою формування певної бази даних, а також задля подальшого просування створеного туристичного продукту в ринкове середовище;
- туристичне агентство – отримує інформацію у вигляді готових туристичних продуктів від туроператора, а далі передає туристичні продукти наступному суб'єкту ринкових відносин;
- турист – отримує інформацію, сформовану туроператором, передану туристичному агенту, споживає туристичний продукт, а потім доповнює інформаційний потік своїми відгуками та пропозиціями.

Останнім часом безліч систем управління, комунікації та обміну даними зустрілися із серйозними змінами. У результаті цього накопичений раніше практичний і теоретичний досвід у цій сфері почав ставати вкрай неефективним. Поява нових видів продукції, збільшення кількості товарів і послуг, стрімке зростання нових сфер діяльності, технологічні прориви та революції відбуваються зараз дуже швидкими темпами.

Сучасні тенденції розвитку аналогічних процесів і явищ дають змогу говорити про формування нового економічного простору – інформаційно-комунікаційного середовища. Ця сфера є не просто обов'язковою умовою для того, щоб ефективно організувати господарську діяльність підприємств, вона серйозно впливає на самі процеси управління. Так, інформаційно-комунікаційне середовище виступає у ролі регулятора господарських процесів, впливає на формування відносин усіх учасників цих процесів. Особливий характер такого середовища вимагає швидкого створення та застосування нових форм і методів управління (Козловський, 2005).

Інформаційно-комунікаційне середовище – це сукупність умов, що забезпечують здійснення діяльності користувача з інформаційним ресурсом за допомогою інтерактивних засобів інформаційних систем і технологій, які взаємодіють з ним як із суб'єктом інформаційного спілкування та особистістю. Інформаційно-комунікаційне середовище охоплює велику кількість інформаційних об'єктів і зв'язки між ними, засоби та технології збирання, накопичення, передавання, обробки й поширення інформації, а також технічні засоби відтворення звукової та візуальної інформації (Іванова, 2016).

Інформаційна система туризму – це сукупність інформаційної бази даних туризму, спеціалізованих інформаційних технологій для її обробки, а також технічних засобів. Сучасні інформаційні системи туризму складаються з кількох забезпечувальних підсистем, до яких зараховують:

- технічне забезпечення;
- програмне забезпечення;
- інформаційне забезпечення;

- організаційне забезпечення;
- правове забезпечення.

Технічне забезпечення – це комплекс технічних засобів, що забезпечує функціонування інформаційної системи туризму. До них належать персональні комп'ютери, периферійне устаткування (принтери, сканери), засоби комунікації та зв'язку (модеми, мережеві плати), а також засоби оргтехніки (ксерокси, факси).

Програмне забезпечення – це сукупність програм і документації, що реалізують основні функції інформаційної системи туризму. Необхідність розробки власного програмного забезпечення на підприємстві виникає лише в разі вирішення унікальних завдань.

Інформаційне забезпечення туризму – це сукупність інформаційної бази туризму, а також засобів і методів її обробки, інакше кажучи, спеціалізованих інформаційних технологій. Однією з можливих проблем у цьому аспекті є створення самої інформаційної бази, тому постає питання підвищення її ефективності, що є визначальною умовою вдалої роботи всієї системи в майбутньому. Не менш трудомістким завданням є наповнення інформаційної бази конкретними даними.

Організаційне забезпечення – це комплекс методів і правил організації роботи з інформаційною системою туризму, а також опис посадових інструкцій користувачів інформаційної системи. Ця підсистема визначає порядок функціонування всієї інформаційної системи туризму й узгодження всіх управлінських дій. Помилки під час створення інформаційної системи та невиконання посадових інструкцій можуть призвести до зниження ефективності роботи підприємства.

Правове забезпечення – це комплекс правових норм і прав користувачів інформаційної системи туризму. Оскільки зараз регулярно порушують питання захисту інформації від несанкціонованого доступу, то ця підсистема має ефективно функціонувати. Саме вона забезпечує обмеження доступу до баз даних різних категорій користувачів (Морозова та ін., 2014).

Передумовою для впровадження інформаційних систем на туристичному підприємстві є бажання керівництва організації отримати більш раціональні варіанти вирішення управлінських завдань, звільнити співробітників від рутинної роботи завдяки її автоматизації, забезпечити правдивість інформації, надати споживачам унікальні послуги, зменшити витрати на виробництво продуктів і послуг (зокрема й інформаційні) і, найважливіше, збільшити інформованість потенційного покупця про існування самого підприємства, що дає змогу збільшити клієнтську базу.

Туристичним підприємствам, діяльність яких пов'язана з використанням інформаційних систем різного рівня, важливо брати до уваги, що результатом роботи інформаційної системи є взаємодія людини та машини. Ця взаємодія з часом швидко розвивається, що покладає певні обов'язки на керівництво підприємства щодо постійного її оновлення та навчання персоналу ефективному використанню системи.

Інформаційні технології – це насамперед процеси та методи пошуку, збирання, зберігання, обробки, надання, поширення різноманітної інформації, а також способи здійснення таких процесів і методів у різних інформаційних системах. Якщо говорити в більш широкому сенсі, то інформаційні технології прикладаються до всіх аспектів створення, передавання, зберігання та сприйняття інформації.

Базові інформаційні технології – це технології, які пов’язані з різними способами надання та організації окремих технологічних операцій та інформаційних процесів. Вони поєднані з поданням, перетворенням, зберіганням, обробкою та передаванням інформації. Такі технології можуть застосовуватися в різних сферах, а не лише в якомусь окремо взятому напрямі. До цього виду інформаційних технологій зараховують різні технології обробки та редагування текстової інформації, програмне забезпечення для роботи з електронними таблицями і базами даних, мультимедійні та комунікаційні програми, технології для захисту й обробки інформації.

Спеціалізовані інформаційні технології – це технології, за допомогою яких ефективно реалізуються специфічні процедури збирання, передавання та обробки інформації у певній предметній сфері, зокрема в туристичній діяльності. Цей вид інформаційних технологій ґрунтується на базових інформаційних технологіях, він спрямований на автоматизоване виконання завдання у своїй конкретній сфері (Кожухівська, 2011).

Основними сферами застосування інформаційних технологій у туризмі є використання спеціалізованих програмних продуктів і можливостей глобальних комп’ютерних мереж. У туристичній діяльності також широко застосовують сучасні інформаційні технології бронювання, резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту, технології просування туристичних продуктів і послуг.

Основні інформаційні технології, які використовують зараз у туризмі, можна поділити на такі категорії:

1. Традиційні технології.

- 1.1. Інформаційні сайти.

- 1.2. Соціальні мережі.

- 1.3. Сервіси бронювання та оплати послуг.

- 1.4. Сервіси для складання рейтингів.

- 1.5. Зворотний зв’язок з клієнтами.

2. Технології, що розвиваються.

- 2.1. Сервіси складання маршрутів.

- 2.2. Прив’язка пам’яток і об’єктів до географічних карт.

- 2.3. Візуалізація географічного об’єкта та віртуальні тури.

- 2.4. Щоденники мандрівників (блоги) з фотографіями та відгуками.

- 2.5. Додатки для мобільних пристроїв.

- 2.6. Хмарні обчислення.

- 2.7. Доповнена реальність.

3. Технології майбутнього – рішення, які будуть активно розвиватися в найближчому майбутньому.

Інформаційні технології у разі грамотного використання допомагають підприємству перевершити конкурентів і зацікавити клієнтів. Для наочності розглянемо всі етапи, з якими стикаються туристичні агенти в процесі підбору туру для туриста. Якщо споживачі туристичних послуг заздалегідь знають, що вони чекають від відпочинку, то це набагато полегшує сам процес підбору, проте співробітнику туристичного агентства необхідно прорахувати всі нюанси та скласти тур.

Перший етап – вибір країни, міста, конкретних місць відпочинку. Туристи обов'язково намагаються обрати, куди їм слід поїхати. Насамперед вони ухвалюють це важливе рішення, враховуючи розповіді знайомих, друзів, родичів, а також аналізують інформацію, побачену в різних джерелах, зокрема фільмах, програмах, рекламі. Завдяки своєму красномовству та допомозі сучасних інформаційних технологій туристичний агент пропонує кілька варіантів. Зробивши вибір, можна переходити до наступного етапу.

Другий етап – вибір готелю, бази відпочинку, пансіонату або інших місць розміщення. Тут також на допомогу не тільки туристичним агентам, а й самим клієнтам знову приходять інформаційні технології, а саме різні сайти готелів, де існує докладна інформація про місце знаходження об'єкта, його віддаленість від берега або центра міста, про надання основних та додаткових послуг, а також оцінки та відгуки гостей.

Третій етап – авіап перевезення і трансфер. Під час приїзду в нову локацію одна з основних проблем для туриста – це орієнтування на місцевості: куди йти, на чому їхати тощо. Щоб позбавити клієнтів від зайвих труднощів, усе готують заздалегідь. У туристичного підприємства укладено договори з однією або кількома авіакомпаніями, на літаках яких і подорожують туристи. В аеропорту гостей чекає гід, який допоможе, покаже та розповість яким чином і на якому транспорті діїхати до готелю. Також гід проконсультує туристів щодо екскурсій і допоможе з усіх інших питань уже на території готелю.

Своєчасне та коректне передавання інформації вкрай важливе, тому що будь-яка затримка в часі може призвести до втрати клієнта, а отже, постраждає репутація підприємства. Донедавна вказану інформацію передавали різними традиційними способами: за допомогою телефонного зв'язку, поштових переказів, радіотелефонного зв'язку, факсу. Зараз використовують Інтернет високої швидкості, застосовують аудіо-, відеоматеріали та зображення. Створюють також електронні сайти, на яких туристи можуть самостійно подивитися будь-які тури з докладним описом програми, включаючи екскурсії з фотографіями та коментарями екскурсиводів, інформацію про туристичні підприємства, поради щодо оформлення візи, самостійного складання туристичного пакета тощо.

Форуми та блоги надають користувачам розширені можливості для спілкування й обговорення різних тем. Основна функція форуму – це створення відвідувачами сукупності тем для обговорення всередині відповідного розділу. Розділи групуються за країнами (інформація про міста, визначні пам'ятки, готелі, ресторани) або за туристичними формальностями (проходження прикордонного контролю, візи, обмін валют, купівля сувенірів). Блог – це сайт, головним змістом якого є записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються.

Застосування різних інформаційних рішень у туристичній галузі спрямоване насамперед на підвищення якості обслуговування клієнтів. Показником якості для споживача туристичних послуг може бути докладний та якісний опис туристичних об'єктів. Це не тільки пам'ятки та інші цікаві для відвідування місця, а й будь-які об'єкти, призначені для розміщення та харчування туристів.

Ще одним показником якості обслуговування може бути кількість послуг, що надають. Використання інформаційних технологій дає змогу запропонувати

споживачеві велику різноманітність туристичних продуктів. Наприклад, сучасні глобальні дистрибутивні системи дають змогу дистанційно одержувати інформацію про вільні номери в готелях або доступність авіаквитків, а також бронювати інші необхідні послуги (Ткаченко & Козловський, 2018).

Певні зміни відбулися у сфері менеджменту. Сучасний рівень розвитку туристичного бізнесу, а також більш жорстка конкуренція в цій галузі підкреслюють особливу важливість інформаційних технологій. Програме забезпечення, яке представлено на сучасному ринку, дає змогу автоматизувати внутрішню діяльність туристичного підприємства. Такі програми забезпечують складання та розробку довідкових баз за різними даними (клієнти, партнери, готелі, ресторани, транспорт), а також відповідають за стан і облік платежів, приймання замовлень та їх обробку, роботу з клієнтами підприємства, формування внутрішнього документообігу та бухгалтерії, аналіз отриманих даних і створення звітів тощо.

Необхідний рівень автоматизації для різних туристичних підприємств визначається керівництвом підприємства, проте насамперед враховуються такі чинники, як кількість клієнтів, що обслуговує підприємство, та економічний стан підприємства. Вважають, що для малих та середніх підприємств достатньо використовувати прості програмні засоби. Ефективність та необхідність впровадження спеціального програмного забезпечення для автоматизації всієї офісної роботи підприємства залежить від обсягів, спеціалізації та виду діяльності, оскільки програмне забезпечення для туристичних агентств і туроператорів суттєво різниться.

Висновки

Туристичний бізнес – одна з найшвидше розвиваючих сфер економіки. Функціонування туристичного підприємства залежить від збирання, зберігання й обробки актуальної інформації. Здобутки та досягнення в туристичному бізнесі залежать від швидкості обміну інформацією, її актуальності та повноти. Для підтримки успіху потрібні нові технології, тому що без них можуть виникнути труднощі зі створенням туристичного продукту та його просуванням на ринку. У разі правильного застосування сучасних технологій підвищується працездатність підприємства, збільшується кількість клієнтів, згладжуються дрібні нерівності, які легко можна виправити у процесі їх виявлення. Для успішного функціонування туристичне підприємство має постійно перебувати в пошуку нових ресурсів, які дають змогу оптимізувати діяльність всередині самого підприємства, а також збільшити рівень інформованості про підприємство потенційних покупців.

В умовах економічної кризи та зниження туристичної активності населення ця проблема набуває все більш серйозних масштабів. Але, незважаючи на питання, що виникають у процесі використання в туристичній діяльності інформаційних систем і технологій, необхідно підкреслити їх великий позитивний вплив на успішне функціонування та подальший розвиток туризму. Крім того, можна з упевненістю сказати, що інформаційні системи та технології – це основа не тільки сучасного туристичного бізнесу, а й усієї сучасної людської діяльності, що продиктовано умовами інформаційної епохи та глобалізації економіки.

Список бібліографічних посилань

- Іванова, О. М. (2016). *Управління інформаційними потоками туристичних підприємств*. Університетська книга.
- Кожухівська, Р. Б. (2011). *Розвиток сучасних маркетингових інформаційних технологій в комунікаційних стратегіях українських туристичних підприємств* [Монографія]. Видавництво Сочінський М.М.
- Козловський, Є. (2005). Організаційно-правові засади управління туристичною галуззю. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*, 1, 400–406.
- Морозова, Н. С., Морозов, М. А., & Чудновский, А. Д. (2014). *Информационное обеспечение туризма*. Федеральное агентство по туризму.
- Ткаченко, Т. І., & Козловський, Є. В. (2018). Вплив глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу. *Економіка та держава*, 6, 56–59.
- Рибкало, В. А., Шахов, В. А., & Афонін, Е. А. (2008). *Система стримувань і протываг у сфері державно-управлінських відносин*. Національна академія державного управління при Президентові України.

References

- Ivanova, O. M. (2016). *Upravlinnia informatsiinyh potokamy turystychnykh pidpriemstv* [Management of the information flows of tourism enterprises]. Universytetska knyha [in Ukrainian].
- Kozhukhivska, R. B. (2011). *Rozvytok suchasnykh marketynhovykh informatsiinykh tekhnolohii v komunikatsiinykh stratehiakh ukrainskykh turystychnykh pidpriemstv* [Development of modern marketing information technologies in the communication strategies of Ukrainian tourism enterprises] [Monograph]. Vydavnytstvo Sochinskyi M.M. [in Ukrainian].
- Kozlovskiy, Ye. (2005). Orhanizatsiino-pravovi zasady upravlinnia turystychnoiu haluzziu [Organizational and legal principles of tourism management]. *Bulletin of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine*, 1, 400–406 [in Ukrainian].
- Morozova, N. S., Morozov, M. A., & Chudnovskii, A. D. (2014). *Informatcionnoe obespechenie turizma* [Tourism information support]. Federalnoe agentstvo po turizmu [in Russian].
- Tkachenko, T. I. & Kozlovskiy, Ye. V. (2018). Vplyv hlobalnykh dystributyvnykh system na rozvytok suchasnoho turystychnoho biznesu [Influence of global distribution systems on the development of modern tourism business]. *Economy and state*, 6, 56–59 [in Ukrainian].
- Rebkalo, V. A., Shakhov, V. A., & Afonin, E. A. (2008). *Systema strymuvan i protyvah u sferi derzhavno-upravlinskykh vidnosyn* [System of checks and balances in the field of public-administrative relations]. National Academy of Public Administration under the President of Ukraine [in Ukrainian].

MAIN APPLICATION AREAS FOR INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES IN TOURISM

Yevhen Kozlovskyi

*PhD in Public Administration, Associate Professor;
ORCID: 0000-0002-0878-6170; e-mail: ek2002@bigmir.net
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine*

Abstract

The article describes the main types of information systems and technologies used in the process of tourism activity, in particular: specialized software products, global computer networks, information technologies of booking and reservation, integrated communication networks, multimedia systems, management information systems, promotion technologies for travel products and services. It is noted that the modern tourism business is not only one of the most dynamic, it is also extremely rich in a variety of information. All achievements and successes in this sector of the economy directly depend on the speed of information exchange, its relevance, timeliness, adequacy and completeness. Therefore, the active application of information systems and technologies in the tourism enterprises can significantly bring up the demand for the proposed products, rise the customer base and increase their competitiveness.

Keywords: tourism; management; automation; information technologies; information systems; tourism product

